

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai (Sekaran, 2013:68). Adapun yang menjadi variabel bebas (eksogen) dalam penelitian ini adalah dimensi Orientasi Kewirausahaan (X) yang terdiri atas Inovasi, Proaktif dan Pengambilan Resiko. Kinerja Usaha (Y) sebagai variabel terikat (endogen).

Penelitian ini dilakukan di sentra industri keramik kebon jayanti Kota Bandung adapun yang menjadi objeknya yaitu seluruh pemilik usaha tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Penelitian ini dilakukan pada kurung waktu kurang dari 4 bulan, maka penelitian ini menggunakan *cross sectional method*, Metode *cross sectional* adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang (Husein 2008:45)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha di industry kreatif keramik Kebon Jayanti Kota Bandung.

Hermawan (2005) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena dengan cara bagaimana, berapa persen dan penjelasannya. Menurut ahli selanjutnya Sekaran dan Bougie (2010:105) dalam (dwi, 2010) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari setiap variabel yang diteliti dalam sebuah situasi. Maksud dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha (Y).

Abdul Rosyid Syarifuddin, 2019

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA (SURVEI PADA SENTRA INDUSTRI KERAMIK KEBON JAYANTI, BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sedangkan Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu (pendidikan) yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek pendidikan itu sendiri (Arifin, 2011).

Penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di sentra industri keramik kebonjayanti, Bandung. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*.

Lebih lanjut Hermawan (2005) menyatakan bahwa *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi para peneliti. Penelitian yang dilakukan dalam metode ini adalah informasi dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. *Explanatory survey* ini bertujuan untuk mengeksplorasi atau meneliti melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman.

Survei yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh inovasi (X_1), proaktif (X_2), pengambilan resiko (X_3) terhadap kinerja usaha (Y) di industri kreatif keramik kebon jayanti Kota Bandung.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator, serta skala dari variabel. Variabel yang terkait dalam penelitian sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian:

Pada operasionalisasi variabel terdapat indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan serta mengukur variabel. Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
Orientasi Kewirausahaan (X)	Orientasi kewirausahaan adalah sebagai sesuatu yang mengarah kepada proses, latihan, dan aktivitas dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan produk baru (Hisrich et al., 2013)	Inovatif	Seorang <i>entrepreneur</i> mampu menciptakan desain yang unik	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menciptakan desain unik	Interval	1
			Pengetahuan mengenai penggunaan metode baru dalam melakukan promosi	Tingkat pengetahuan menggunakan metode baru dalam melakukan promosi	Interval	2
			Memiliki kemampuan dalam mencari informasi tentang perkembangan mode	Tingkat kemampuan dalam mencari informasi tentang perkembangan mode	Interval	3
			Mampu mengembangkan produk melalui teknologi baru	Tingkat kemampuan mengembangkan produk melalui teknologi baru	Interval	4
			Kemampuan dalam mendukung kreatifitas karyawan	Tingkat kemampuan dalam mendukung kreatifitas karyawan	Interval	5
			Melibatkan karyawan dalam kegiatan	Tingkat keterlibatan karyawan dalam kegiatan	Interval	6

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			inovasi	inovasi		
			Pentingnya produk baru dalam kelangsungan usaha	Tingkat kepentingan produk baru dalam kelangsungan usaha	Interval	7
			Memiliki kemampuan dalam menciptakan produk baru	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menciptakan produk baru	Interval	8
			Seorang <i>entrepreneur</i> mampu mengembangkan usaha ke berbagai daerah	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengembangkan usaha ke berbagai daerah	Interval	9
			Memiliki kemampuan dalam melakukan penjualan secara online	Tingkat kemampuan dalam melakukan penjualan secara online	Interval	10
			Kurang mampu menciptakan desain yang unik	Tingkat kurangnya kemampuan menciptakan desain yang unik	Interval	11
			Kurang mampu mengembangkan produk	Tingkat kurangnya kemampuan mengembangkan	Interval	12

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			melalui teknologi baru	kan produk melalui teknologi baru		
			Kurang melibatkan karyawan dalam kegiatan inovasi	Tingkat kurangnya melibatkan karyawan dalam kegiatan inovasi	Internal	13
			Kurang mampu mengembangkan usaha ke berbagai daerah	Tingkat kurangnya kemampuan mengembangkan usaha ke berbagai daerah	Interval	14
			Kurang mampu dalam melakukan penjualan secara online	Tingkat kurangnya kemampuan dalam melakukan penjualan secara online	Interval	15
		Proaktif	Berinisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	Tingkat Inisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	Interval	16
			Mampu merancang tujuan usaha jangka panjang untuk kelangsungan usaha	Tingkat kemampuan dalam merancang tujuan usaha jangka panjang untuk	Interval	17

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				kelangsungan usaha		
			Memiliki kemampuan dalam melakukan penjualan secara ekspor	Tingkat kemampuan dalam melakukan penjualan secara ekspor	Interval	18
			Mampu menghadapi perubahan trend mode	Tingkat kemampuan dalam menghadapi perubahan trend mode	Interval	19
			Mampu mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	Tingkat kemampuan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	Interval	20
			Mampu menciptakan persaingan usaha	Tingkat kemampuan dalam menciptakan daya saing usaha	Interval	21
			Menghasilkan produk dengan kualitas baik	Tingkat kemampuan menghasilkan produk dengan kualitas baik	Interval	22
			Mampu memenuhi target usaha	Tingkat kemampuan dalam memenuhi target usaha	Interval	23
			Memiliki	Tingkat	Interval	24

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			kemampuan mencoba hal baru dalam menjalankan kegiatan usaha	kemampuan dalam mencoba hal-baru dalam kegiatan usaha yang dijalankan		
			Entrepreneur dapat mencapai target usaha	Tingkat pencapaian target usaha	Interval	25
			Kurang inisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	Tingkat kurangnya inisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	Interval	26
			Kurang mampu dalam menghadapi perubahan trend mode	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menghadapi perubahan trend mode	Interval	27
			Kurang mampu mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	Tingkat kurangnya kemampuan mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	Interval	28
			Kurang mampu dalam menciptakan daya saing usaha	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menciptakan daya saing	Interval	29

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			usaha			
			Kurang tercapainya target usaha	Tingkat kurangnya tercapainya target usaha	Interval	30
		Pengambilan Risiko	Kepentingan menjaga komitmen dengan konsumen	Tingkat kepentingan dalam menjaga komitmen dengan konsumen	Interval	31
			Dapat mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	Tingkat kemampuan dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	Interval	32
			Dapat melakukan pengawasan kerja	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam melakukan pengawasan kerja	Interval	33
			Mampu memberikan toleransi kerja pada karyawan	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam memberikan toleransi kerja pada karyawan	Interval	34

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Berani dalam menggunakan sumber daya	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menggunakan sumber daya yang ada dalam kegiatan usaha	Interval	35
			Mampu mencari sumber dana usaha	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mencari sumber dana usaha	Interval	36
			Mampu menyelesaikan konflik	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menghadapi kerugian usaha	Interval	37
			Mampu menghadapi banyaknya pesaing usaha	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menghadapi banyaknya pesaing usaha	Interval	38
			Memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah usaha yang ada	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengatasi masalah usaha yang ada	Interval	39

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Kurang mampu dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	Tingkat kurangnya kemampuan dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	Interval	40
			Kurang mampu dalam melakukan pengawasan kerja	Tingkat kurangnya kemampuan dalam melakukan pengawasan kerja	Interval	41
			Kurang mampu memberikan toleransi kerja pada karyawan	Tingkat kurangnya kemampuan memberikan toleransi kerja pada karyawan	Interval	42
			Kurang mampu menghadapi kerugian usaha	Tingkat kurangnya kemampuan menghadapi kerugian usaha	Interval	43
			Kurang mampu menghadapi banyaknya pesaing usaha	Tingkat kurangnya kemampuan menghadapi banyaknya pesaing usaha	Interval	44
			Kurang mampu dalam menghadapi banyaknya pesaing	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menghadapi banyaknya pesaing	Interval	45

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			usaha	pesaing usaha		
Kinerja Usaha (Y)	Kinerja Usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang dimint	Peningkatan Volume Penjualan	Memiliki kemampuan dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui bazaar atau <i>event</i>	Tingkat kemampuan dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui bazaar atau <i>event</i>	Interval	46
			Memiliki kemampuan dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di sosial media	Tingkat kemampuan dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di sosial media	Interval	47
			Dapat menetapkan target penjualan	Tingkat kemampuan entrepreneur dalam menetapkan target penjualan	Interval	48
			Dapat mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	Tingkat kemampuan entrepreneur dalam mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	Interval	49

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Produk sesuai dengan kebutuhan pasar	Tingkat kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar	Interval	50
			Memiliki kemampuan mengelola penjualan sesuai target pasar	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengelola jumlah penjualan sesuai target pasar	Interval	51
			Memiliki kemampuan dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	Interval	52
			Kemampuan dalam meningkatkan penjualan setelah menaikkan harga	Tingkat kemampuan dalam meningkatkan penjualan setelah menaikkan harga	Interval	53
			Kurang mampu dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui <i>event</i> bazar.	Tingkat kurangnya kemampuan dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui <i>event</i> bazar.	Interval	54

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Kurang mampu dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di media social	Tingkat kurangnya kemampuan dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di media social	Interval	55
			Kurang mampu dalam menetapkan target penjualan	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menetapkan target penjualan	Interval	56
			Kurang mampu dalam mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	Tingkat kurangnya kemampuan dalam mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	Interval	57
			Kurang sesuai produk dengan kebutuhan pasar	Tingkat kurang sesuai produk dengan kebutuhan pasar	Interval	58
			Kurang mampu dalam mengelola jumlah penjualan sesuai target pasar	Tingkat kurangnya kemampuan dalam mengelola jumlah penjualan sesuai target pasar	Interval	59

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Kurang mampu dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	Tingkat kurangnya kemampuan dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	Interval	60
		Peningkatan Produksi	Menggunakan bahan berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam penggunaan bahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas	Interval	61
			Pertumbuhan jumlah produksi	Tingkat pertumbuhan jumlah produksi	Interval	62
			Kesesuaian jumlah tenaga kerja dengan jumlah produksi	Tingkat kesesuaian jumlah tenaga kerja dengan jumlah produksi	Interval	63
			Seorang <i>entrepreneur</i> mampu menekan biaya produksi	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menekan biaya produksi	Interval	64
			Kemampuan tenaga kerja dalam kelancaran proses	Tingkat kemampuan tenaga kerja dalam kelancaran proses	Interval	65

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			produksi	produksi		
			Seorang <i>entrepreneur</i> mampu menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	Interval	66
			Mampu memproduksi dalam jangka waktu yang lebih singkat	Tingkat kemampuan memproduksi dalam jangka waktu yang lebih singkat		67
			Mampu memproduksi dengan harga yang bersaing	Tingkat kemampuan produksi dengan harga yang bersaing	Interval	68
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu menggunakan bahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas	Tingkat kurangnya kemampuan dalam penggunaan bahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas	Interval	69
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menarik	Interval	70

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	jumlah konsumen melalui penetapan harga		
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu menekan biaya produksi	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menekan biaya produksi	Interval	71
			Tenaga kerja kurang mampu dalam kelancaran proses produksi	Tingkat kurangnya kemampuan tenaga kerja dalam kelancaran proses produksi	Interval	72
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu memproduksi dengan harga yang bersaing	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dengan harga yang bersaing	Interval	73
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu memproduksi dalam jangka waktu yang lebih singkat	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dalam jangka waktu yang lebih singkat	Interval	74

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Seorang <i>entrepreneur</i> kurang mampu memproduksi dalam jumlah besar	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dalam jumlah besar	Interval	75
		Profitabilitas Usaha	Pertumbuhan keuntungan usaha	Tingkat pertumbuhan keuntungan usaha	Interval	76
			Keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah aset	Tingkat keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah aset	Interval	77
			Kemampuan perhitungan laba usaha melalui laporan keuangan	Tingkat kemampuan perhitungan laba usaha melalui laporan keuangan	Interval	78
			Kemampuan mengontrol pengelolaan dana usaha	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengontrol pengelolaan dana usaha	Interval	79
			Standar produk untuk kelayakan laba penjualan	Tingkat standar produk untuk kelayakan laba penjualan	Interval	80

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	Tingkat keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	Interval	81
			Kemampuan dalam meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan keuntungan usaha	Tingkat kemampuan dalam meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan keuntungan usaha	Interval	82
			Kemampuan menstabilkan keuntungan usaha	Tingkat kemampuan menstabilkan keuntungan usaha	Interval	83
			Penurunan keuntungan usaha	Tingkat penurunan keuntungan usaha	Interval	84
			Penurunan keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah asset	Tingkat penurunan keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah asset	Interval	85
			Kurang mampu menghitung laba usaha melalui laporan keuangan	Tingkat kurangnya kemampuan menghitung laba usaha melalui laporan keuangan	Interval	86

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			Kurang mampu mengontrol pengelolaan dana usaha	Tingkat kurangnya kemampuan mengontrol pengelolaan dana usaha	Interval	87
			Rendahnya standar produk untuk kelayakan laba penjualan	Tingkat rendahnya standar produk untuk kelayakan laba penjualan	Interval	88
			Penurunan keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	Tingkat penurunan keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	Interval	89
			Kurang mampu menstabilkan keuntungan usaha	Tingkat kurangnya kemampuan menstabilkan keuntungan usaha	Interval	90

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut (Arifin, 2011) memberikan pengertian sebagai berikut:

1. Data primer yaitu merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif maupun deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun kuisioner. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan kepada seluruh pemilik/CEO usaha di Sentra Industri Kreatif Kebon Jayanti
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau data

Abdul Rosyid Syarifuddin, 2019

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA (SURVEI PADA SENTRA INDUSTRI KERAMIK KEBON JAYANTI, BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

historis, yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder yaitu literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang mampu memperlihatkan permasalahan.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data	Jenis Data	Sumber Data
Perkembangan Skala Umkm di Indonesia Tahun 2015-2017	Sekunder	BPS dan Kementrian Negara Koperasi dan UMKM
Jumlah Unit Umkm dan Usaha Besar di Kota Bandung Tahun 2017	Sekunder	Badan Pusat Statistik Kota Bandung
Hasil Pra Penelitian Tingkat Orientasi Kewirausahaan Industri Keramik Kebon Jayanti Bandung	Primer	Sentra Keramik Kebon Jayanti Bandung
Data Penjualan Industri Kreatif Keramik Kebon Jayanti Bandung Tahun 2015-2017	Primer	Sentra Keramik Kebon Jayanti Bandung
Data Keuntungan Usaha Industri Kreatif Keramik Kebon Jayanti Tahun 2015-2017	Primer	Sentra Keramik Kebon Jayanti Bandung

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian hal yang paling penting selain sebuah data adalah populasi, karena populasi dapat dijadikan sebagai sumber data. Seperti yang diungkapkan oleh (Arifin, 2011) populasi adalah keseluruhan elemen yang terbagi kedalam beberapa karakteristik dari alam semesta untuk tujuan riset masalah pemasaran dan menurut (Sudjana, 2005) hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya, disebut populasi.

Karakteristik yang ada pada populasi harus sesuai dengan objek penelitian yang dipilih oleh peneliti. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah pengusaha pada industri kreatif keramik kebon jayanti Kota Bandung pada data asosiasi sentra keramik yaitu berjumlah 35 orang.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah subset atau sub kelompok dari populasi (Juliansyah, 2011). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Nasahudin & Gazali, 2012). Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014).

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian populasi atau sensus, karena sampel diambil dari seluruh populasi yang dinamakan sampel jenuh. Sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, yaitu dengan mengambil seluruh jumlah pemilik usaha di Sentra Industri Keramik Kebon Jayanti Bandung sebanyak 35 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Salah satu kegiatan penelitian adalah pengumpulan data. Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan teknik tertentu. Data yang diperoleh dari proses tersebut kemudian dihimpun, ditata, dianalisis untuk menjadi informasi yang dapat menjelaskan suatu fenomena atau keterkaitan antara fenomena. Secara garis besar teknik pengumpulan data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu teknik tes dan nontes (Kuntjojo, 2009). Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Studi dokumentasi, teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha. Studi dokumentasi tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu a). Perpustakaan UPI, b). Laporan yang diterbitkan lembaga tertentu, c). Skripsi

- atau Tesis, d). Jurnal Kewirausahaan dan e). Media cetak dan media elektronik (internet)
2. Observasi, memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.
 3. Wawancara, teknik pengambilan data melalui wawancara dengan beberapa pengusaha di sentra keramik kebonjayanti Bandung untuk mendapatkan bahan referensi.
 4. Angket (kuesioner), teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

Data merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah penelitian, karena data merupakan sebuah gambaran dari variable yang diteliti dan data juga berfungsi sebagai pembentuk sebuah hipotesis. Ketika data dikumpulkan tidak semua data dapat dikatakan tepat karena pada saat pengumpulannya biasa saja data dipalsukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah pengujian data agar data yang dikumpulkan memiliki kualitas yang baik. Sebuah instrument penelitian dapat dikatakan layak untuk disebarkan kepada responden maka terdapat dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Pengujian ini berguna untuk memastikan data yang dikumpulkan *valid* dan *reliable*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi

dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item angket yang valid dan yang tidak dan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor total, digunakan alat uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Arikunto, 2006)

Keterangan:

r : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N : Banyaknya responden (sampel jenuh)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen persepsi orientasi kewirausahaan (X) dan kinerja usaha (Y).

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($35-2=33$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,344. Hasil uji coba instrumen penelitian dari variabel Orientasi Kewirausahaan (X), Kinerja Usaha (Y), yang dihitung menggunakan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 24,0 for window, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner penelitian tersebut adalah valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,344. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN (X)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Inovatif				
1	Kemampuan menciptakan desain yang unik	0,588	0,344	Valid
2	Pengetahuan mengenai penggunaan metode baru dalam melakukan promosi	0,793	0,344	Valid
3	Memiliki kemampuan dalam mencari informasi tentang perkembangan mode	0,754	0,344	Valid
4	Mampu mengembangkan produk melalui teknologi baru	0,705	0,344	Valid
5	Mampu mengembangkan produk melalui teknologi baru	0,764	0,344	Valid
6	Kemampuan dalam mendukung kreatifitas karyawan	0,759	0,344	Valid
7	Keterlibatan karyawan dalam kegiatan inovasi	0,751	0,344	Valid
8	Pentingnya produk baru dalam kelangsungan usaha	0,813	0,344	Valid
9	Kemampuan dalam menciptakan produk baru	0,704	0,344	Valid
10	Kemampuan mengembangkan usaha ke berbagai daerah	0,827	0,344	Valid
11	Kemampuan dalam melakukan penjualan secara online	0,759	0,344	Valid
12	Kurang mampu menciptakan desain yang unik	0,850	0,344	Valid
13	Kurang melibatkan karyawan dalam kegiatan inovasi	0,769	0,344	Valid
14	Kurang mengembangkan usaha ke berbagai daerah	0,743	0,344	Valid
15	Kurang mampu dalam melakukan penjualan secara online	0,680	0,344	Valid
Proaktif				
16	Inisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	0,678	0,344	Valid
17	Kemampuan dalam merancang tujuan usaha jangka panjang untuk kelangsungan usaha	0,588	0,344	Valid
18	Kemampuan melakukan penjualan secara ekspor	0,793	0,344	Valid
19	Kemampuan dalam menghadapi perubahan trend mode	0,754	0,349	Valid
20	Kemampuan mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	0,705	0,344	Valid
21	Kemampuan dalam menciptakan daya saing usaha	0,764	0,344	Valid
22	Kemampuan menghasilkan produk dengan kualitas baik	0,759	0,344	Valid
23	Kemampuan dalam memenuhi target usaha	0,751	0,344	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
24	Kemampuan dalam mencoba hal-hal baru dalam kegiatan usaha yang dijalankan	0,813	0,344	Valid
25	Ketercapaian target usaha	0,704	0,344	Valid
26	Kurang inisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar	0,827	0,344	Valid
27	Kurang mampu dalam menghadapi perubahan trend mode	0,759	0,344	Valid
28	Kurang mampu mengantisipasi perubahan lingkungan pasar	0,850	0,344	Valid
29	Kurang mampu dalam menciptakan daya saing usaha	0,769	0,344	Valid
30	Kurang tercapainya target usaha	0,743	0,344	Valid
Pengambilan Resiko				
31	Kepentingan dalam menjaga komitmen dengan konsumen	0,680	0,344	Valid
32	Kemampuan dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	0,678	0,344	Valid
33	Kemampuan dalam melakukan pengawasan kerja	0,759	0,344	Valid
34	Kemampuan dalam memberikan toleransi kerja pada karyawan	0,751	0,344	Valid
35	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menggunakan sumber daya yang ada dalam kegiatan usaha	0,813	0,344	Valid
36	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mencari sumber dana usaha	0,704	0,344	Valid
37	Kemampuan dalam menghadapi kerugian usaha	0,827	0,344	Valid
38	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menghadapi banyaknya pesaing usaha	0,759	0,344	Valid
39	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengatasi masalah usaha yang ada	0,851	0,344	Valid
40	Kurang mampu dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan usaha	0,769	0,344	Valid
41	Kurang mampu dalam melakukan pengawasan kerja	0,743	0,344	Valid
42	Kurang mampu memberikan toleransi kerja pada karyawan	0,680	0,344	Valid
43	Kurang mampu menghadapi kerugian usaha	0,678	0,344	Valid
44	Kurang mampu menghadapi banyaknya pesaing usaha	0,759	0,344	Valid
45	Kurang mampu dalam menghadapi banyaknya pesaing usaha	0,751	0,344	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 pada instrument Orientasi Kewirausahaan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi Pengambilan Resiko dengan item pertanyaan “Kemampuan *entrepreneur* dalam mengatasi masalah usaha yang ada” yang bernilai 0,851. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi Inovatif dengan item pertanyaan “Kemampuan menciptakan desain unik” yang bernilai 0,588. Berikut Tabel 3.4 mengenai hasil validitas sebagai variabel Y.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL KINERJA USAHA (Y)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Pertumbuhan Volume Penjualan				
46	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam meningkatkan jumlah	0,649	0,344	Valid

Abdul Rosyid Syarifuddin, 2019

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA (SURVEI PADA SENTRA INDUSTRI KERAMIK KEBON JAYANTI, BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
	penjualan melalui <i>event</i> bazar.			
47	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di media social	0,758	0,344	Valid
48	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menetapkan target penjualan	0,862	0,344	Valid
49	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	0,686	0,344	Valid
50	Kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar	0,655	0,344	Valid
51	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam mengelola jumlah penjualan sesuai target pasar	0,755	0,344	Valid
52	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	0,710	0,344	Valid
53	Kemampuan dalam meningkatkan penjualan setelah menaikkan harga	0,798	0,344	Valid
54	Kurang mampu dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui <i>event</i> bazar.	0,823	0,344	Valid
55	Kurang mampu dalam meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi di media social	0,758	0,344	Valid
56	Kurang mampu dalam menetapkan target penjualan	0,713	0,344	Valid
57	Kurang mampu dalam mengatur jangka waktu peluncuran produk baru	0,695	0,344	Valid
58	Kurang sesuai produk dengan kebutuhan pasar	0,753	0,344	Valid
59	Kurang mampu dalam mengelola jumlah penjualan sesuai target pasar	0,725	0,344	Valid
60	Kurang mampu dalam meningkatkan penjualan melalui cabang usaha	0,630	0,344	Valid
Peningkatan Produksi				
61	Kemampuan dalam penggunaan bahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas	0,647	0,344	Valid
62	Pertumbuhan jumlah produksi	0,784	0,344	Valid
63	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	0,803	0,344	Valid
64	Kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menekan biaya produksi	0,498	0,349	Valid
65	Kemampuan tenaga kerja dalam kelancaran proses produksi	0,669	0,344	Valid
66	Tingkat kemampuan <i>entrepreneur</i> dalam menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	0,633	0,344	Valid
67	Tingkat kemampuan memproduksi dalam jangka waktu yang lebih singkat	0,649	0,344	Valid
68	Tingkat kemampuan produksi dengan harga yang bersaing	0,758	0,344	Valid
69	Tingkat kurangnya kemampuan dalam penggunaan bahan untuk menghasilkan produk yang berkualitas	0,862	0,344	Valid
70	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menarik jumlah konsumen melalui penetapan harga	0,686	0,344	Valid
71	Tingkat kurangnya kemampuan dalam menekan biaya produksi	0,655	0,344	Valid
72	Tingkat kurangnya kemampuan tenaga kerja dalam kelancaran proses produksi	0,755	0,344	Valid
73	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dengan harga yang bersaing	0,710	0,344	Valid
74	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dalam	0,862	0,344	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
	jangka waktu yang lebih singkat			
75	Tingkat kurangnya kemampuan memproduksi dalam jumlah besar	0,686	0,344	Valid
Pertumbuhan Profitabilitas Usaha				
76	Pertumbuhan keuntungan usaha	0,655	0,344	Valid
77	Keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah asset	0,755	0,344	Valid
78	Kemampuan perhitungan laba usaha melalui laporan keuangan	0,710	0,344	Valid
79	Kemampuan mengontrol pengelolaan dana usaha	0,798	0,344	Valid
80	Standar produk untuk kelayakan laba penjualan	0,823	0,344	Valid
81	Peningkatan keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	0,758	0,344	Valid
82	Kemampuan dalam meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan keuntungan usaha	0,713	0,344	Valid
83	Kemampuan menstabilkan keuntungan usaha	0,758	0,344	Valid
84	Penurunan keuntungan usaha	0,862	0,344	Valid
85	Penurunan keuntungan berdasarkan banyaknya jumlah asset	0,686	0,344	Valid
86	Kurang mampu menghitung laba usaha melalui laporan keuangan	0,655	0,344	Valid
87	Kurang mampu mengontrol pengelolaan dana usaha	0,755	0,344	Valid
88	Rendahnya standar produk untuk kelayakan laba penjualan	0,710	0,344	Valid
89	Penurunan keuntungan usaha melalui banyaknya produk dengan kualitas yang dihasilkan	0,861	0,344	Valid
90	Kurang mampu menstabilkan keuntungan usaha	0,686	0,344	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrument Kinerja Usaha dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi Pertumbuhan Volume Penjualan item pertanyaan “Kemampuan entrepreneur dalam menetapkan target penjualan” yang bernilai 0,862. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi Peningkatan Produksi dengan item pertanyaan “Kemampuan entrepreneur dalam menekan biaya produksi” yang bernilai 0,498.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas

Sebuah instrument yang reliabel adalah instrument yang ketika beberapa kali digunakan untuk mengukur objek yang sama maka akan keluar hasil yang sama juga. (Sugiyono, 2011). Dapat di artikan bahwa realibilitas adalah sebuah konsistensi suatu alat ukur untuk memberikan hasil yang sama setiap kali digunakan untuk mengukur objek yang sama. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang

dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala diferensial yaitu skala untuk mengukur jawaban yang tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Rumus *Cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan atau butir soal

S_t^2 : deviasi standar total

$\sum S_b^2$: jumlah deviasi standar butir

Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus :

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1}$$

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

N : Jumlah Sampel

n : Jumlah responden

X : Nilai skor yang dipilih

S^2 : Nilai varians

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut.

1. Jika koefisien internal sebuah item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka *item* pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka *item* pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 24,0 for window, diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,344. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 3.5 berikut.

Abdul Rosyid Syarifuddin, 2019

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA (SURVEI PADA SENTRA INDUSTRI KERAMIK KEBON JAYANTI, BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Orientasi Kewirausahaan	0,983	0,344	Reliabel
2	Kinerja Usaha	0,981	0,344	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menganalisis sebuah data secara statistik dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebuah hipotesis sudah didukung oleh data (Uma Sekaran, 2009). Pada penelitian ini alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Kuesioner disusun berdasarkan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan-tahapan, sebagai berikut :

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memberi skor pada setiap item

Dalam penelitian ini, hal yang diteliti yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan (X) terhadap kinerja usaha (Y). Pengukuran menggunakan data berskala interval yang diperoleh dari kuesioner yang diolah menggunakan skala *semantic differential*, yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2013). Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka, seperti pada Tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
SKOR ALTERNATIF JAWABAN RESPONDEN

Alternatif Jawaban	Rentang Jawaban	
	Sangat Tidak Setuju / Sangat Rendah / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Menarik / Sangat Tidak Jelas / Sangat	Sangat Setuju / Sangat Tinggi / Sangat Tepat / Sangat Menarik / Sangat Jelas / Sangat Baik / Sangat Senang

Buruk/ Sangat Tidak Senang							
Negatif	1	2	3	4	5	6	7
Positif	7	6	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi dari Sekaran& Bougie (2013)

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana.

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variable melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data populasi atau sampel tanpa perlu diuji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket disusun oleh peneliti berdasarkan variable-variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan data dan keterangan mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap hasil belajar. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif variabel X (Orientasi Kewirausahaan)
2. Analisis deskriptif variabel Y (Kinerja usaha)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentasi yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.7 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden sebagai berikut :

TABEL 3. 7
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

NO	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	100%	Seluruhnya
2	76%-99%	Hampir seluruhnya
3	51%-75%	Sebagian Besar
4	50%	Setengahnya
5	26%-45%	Hampir Setengahnya
6	1%-25%	Sebagian Kecil
7	0%	Tidak Satupun

Sumber : Moch Ali (2013:184)

Garis Kontinum

Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai instrumen yang digunakan. Proses kegiatan penelitian membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket. Angket berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian. Jumlah pernyataan yang dimuat dalam angket penelitian cukup banyak sehingga diperlukan skoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam skoring pada angket harus memenuhi ketentuan. Adapun terdapat rumus untuk mencari hasil skor ideal sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \frac{\text{Skor Interval Tertinggi} \times \text{Jumlah Item}}{\text{Pertanyaan Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Nilai Indeks Minimum} = \frac{\text{Skor Interval Terendah} \times \text{Jumlah Item}}{\text{Pertanyaan Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Jarak Interval} = \frac{[\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}]}{\text{Skor Interval}}$$

$$\text{Persentase Skor} = \frac{[(\text{Total Skor}) : \text{Nilai Maksimum}] \times 100}{1}$$

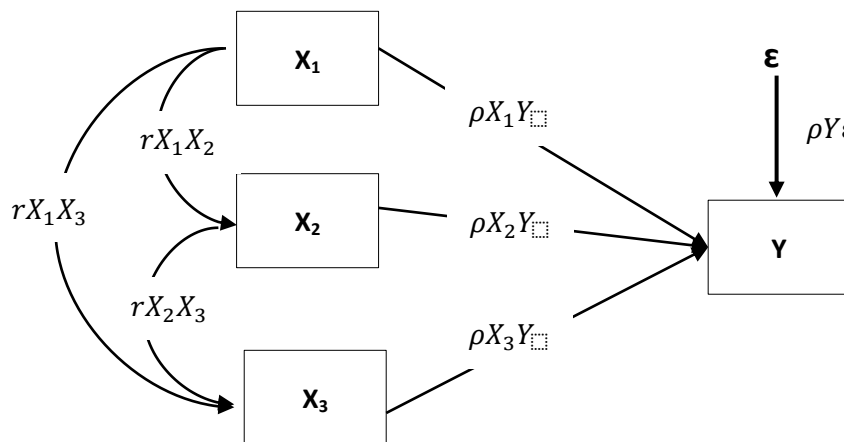
Sugiyono (2014:94)

Skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :

Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup Tidak Baik	Sedang	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik
-------------------------	---------------	------------------------	--------	---------------	------	----------------

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Kusnendi (2008:147) menyatakan bahwa, analisis jalur (path analysis) adalah metode analisis data multivariant dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat yang diobservasi secara langsung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN VARIABEL

Keterangan:

- Y = Kinerja Usaha sebagai variabel terikat (endogen)
- X₁ = Inovatif sebagai variabel bebas (eksogen)
- X₂ = Proaktif sebagai variabel bebas (eksogen)
- X₃ = Pengambilan Resiko sebagai variabel bebas (eksogen)
- ε = Epsilon (variabel lain yang mempengaruhi)

Struktur hubungan Gambar 3.1 menggambarkan bahwa dimensi Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha. Selain itu, terdapat faktor-aktor lain yang memengaruhi hubungan antara Inovatif (X_1), Proaktif (X_2), Pengambilan Resiko (X_3) dan Kinerja Usaha (Y) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Asumsi-asumsi analisis jalur yakni (Riduwan & Engkos, 2012):

1. Hubungan antar variabel bersifat linier, adaptif dan normal
2. Sistem aliran kausal ke satu arah, artinya tidak ada arah kasualitas yang berbalik
3. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur adalah interval atau rasio
4. Menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
5. Instrumen pengukuran valid dan reliabel
6. Model yang dianalisis berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang mampu menjelaskan hubungan kasualitas antar variabel yang diteliti.

Langkah-langkah kerja untuk menjawab pengujian *path analysis* adalah sebagai berikut:

1. Gambarkan diagram jalur yang mencerminkan kerangka pemikiran yang diajukan lengkap dengan persamaan strukturalnya, sehingga nampak dengan jelas mana yang merupakan variabel eksogen maupun endogen.

Dari diagram jalur tersebut didapatkan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \rho_{YX_3}X_3 + \rho_{Y\varepsilon}\varepsilon$$

2. Susun matriks korelasi antar variabel sebagai berikut:

$$\begin{bmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 & \dots & Y \\ & & & & & \end{bmatrix}$$

$$R = \begin{matrix} & r_{X_1X_1} & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} & \dots & r_{X_1Y} \\ & & 1 & & \dots & r_{X_2Y} \\ & & & 1 & \dots & r_{X_3Y} \\ & & & & 1 & \dots \\ & & & & & 1 \end{matrix}$$

3. Identifikasi sub-struktur yang akan dihitung koefisien korelasinya dan kemudian susun matriks korelasi antar variabel eksogen yang menyusun substruktur tersebut, karena diagram jalur hanya terdiri dari sebuah sub-struktur, maka matriks antar variabel eksogen bisa disusun sebagai berikut:

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & \\ r_{X_1X_1} & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} & X_1 \\ & 1 & & X_2 \\ & & 1 & X_3 \end{bmatrix}$$

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 3

4. Hitung matriks invers

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & X_1 \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & X_2 \\ & & C_{3.3} & X_3 \end{bmatrix}$$

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 3

5. Hitung semua koefisien jalur ρ_{YX_i} , $i = 1, 2, 3, \dots, k$ melalui rumus:

$$\begin{array}{rcl} \rho_{YX_1} & & C_{1.1} \quad C_{1.2} \quad C_{1.3} \\ \rho_{YX_2} & = & \quad C_{2.2} \quad C_{2.3} \\ \rho_{YX_3} & & \quad \quad C_{3.3} \end{array}$$

6. Hitung koefisien determinasi total R^2_y , yaitu bilangan yang menyatakan prosentasi pengaruh X secara bersama terhadap Y melalui hubungan sebab akibat antara Y dan X dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2_y (X_1, X_2, \dots, X_k) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}, \dots, \rho_{YX_k}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ \dots \\ r_{YX_k} \end{bmatrix}$$

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 3

Koefisien determinasi total secara parsial dengan menggunakan rumus:

$$\begin{array}{l} R^2_{YX_1} = [P_{YX_1}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \end{bmatrix} \\ R^2_{YX_2} = [P_{YX_2}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix} \end{array}$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variable. Setelah dilakukan perhitungan koefisien jalur untuk substuktur 2, maka selanjutnya dilakukan perhitungan besar pengaruh masing-masing variabel X_1 , X_2 , dan X_3 sebagai berikut:

a. Pengaruh (X_1) terhadap Y

$$\begin{array}{ll} \text{Pengaruh langsung} & = \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) & = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) & = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_3} \cdot \rho_{YX_3} + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} & = \dots\dots\dots \end{array}$$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari Inovatif (X_1) terhadap Kinerja Usaha.

b. Pengaruh (X_2) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$$

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.1}) &= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.3}) &= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_3} \cdot \rho_{YX_3} + \\
\text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari Proaktif (X_2) terhadap Kinerja Usaha.

c. Pengaruh (X_3) terhadap Y

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.1}) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3.X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.2}) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3.X_2} \cdot \rho_{YX_2} + \\
\text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari Pengambilan Resiko (X_3) terhadap Kinerja Usaha.

8. Hitung koefisien jalur $\rho_{Y\varepsilon}$ yang menggambarkan persentase pengaruh variabel residu ε terhadap Y melalui rumus:

$$\rho_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}}$$

9. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional :

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = 0$$

H_a : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2$, dan 3

10. Uji Simultan

Hipotesis Statistik. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{(n - k - i) \sum_i \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}$$

Statistik uji diatas mengikuti distribusi F dengan derajat bebas $v_1 = k$ dan $v_2 = n - k - 1$. Kriteria pengujiannya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$ jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ".

11. Uji Parsial

Apabila hasil dari pengujian secara bersama-sama menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, selanjutnya dilakukan pengujian parsial untuk melihat lebih jelas variabel mana saja diantara kedua variabel eksogen, yaitu

variabel Teknologi Pembelajaran (X_1), Kahoot (X_2), dan yang pengaruhnya signifikan terhadap Motivasi berprestasi. Untuk menguji koefisien jalur dari masing-masing variabel eksogen tersebut digunakan uji t, dengan formula sebagai berikut:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R_r^2(X_1, X_2, X_3,))(c_{ii} + c_{ij} + c_{jj})}{(n - k - 1)}}}$$

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{table}$ mendekati (100%)

Terima H_0 jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ mendekati (100%)

Untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh Teknologi pembelajaran dan Kahoot terhadap Motivasi berprestasi digunakan pedoman interpretasi koefisien tertentu. untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat di klasifikasikan dengan menggunakan rumus Guilford pada table 3.8 sebagai berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI PENGARUH (GUILFORD)

NO	INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2014)

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Kebenaran suatu hipotesis dibuktikan melalui data-data yang terkumpul, secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2013:221).

Untuk menguji signifikansi korelasi antara sub-variabel Inovatif (X_1), Proaktif (X_2), Pengambilan Resiko (X_3) dan Kinerja Usaha (Y), hipotesis penelitian secara simultan dilakukan dengan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2014:292)

Keterangan:

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R = koefisiensi korelasi multipel

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka koefisiensi korelasi yang diuji adalah signifikan yaitu dapat dilakukan untuk seluruh populasi. Kriteria penolakan hipotesisnya adalah:

Bila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Bila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila hasil dari pengujian secara bersama-sama menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, selanjutnya dilakukan pengujian parsial untuk melihat lebih jelas variabel mana saja diantara kedua variabel eksogen, yaitu intuisi, imajinasi, kreativitas dan yang pengaruhnya signifikan terhadap motivasi belajar. Untuk menguji koefisien jalur dari masing-masing variabel eksogen tersebut digunakan uji t, dengan formula sebagai berikut :

$$t = \frac{\rho YX_1 - \rho YX_i}{\sqrt{\frac{(1 - R_r^2(X_1, X_2, X_3))(cii + cij + cjj)}{(N - k - 1)}}$$

Statistik uji diatas mengikuti distribusi t dengan derajat bebas N-k. Kriteria pengujiannya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho YX_i = 0$ jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ".

Secara statistik, hipotesis utama yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Adapun sub hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari dimensi Inovatif terhadap Kinerja Usaha
 $H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dari dimensi Inovatif terhadap Kinerja Usaha
2. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari dimensi Proaktif terhadap Kinerja Usaha
 $H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dari dimensi Proaktif terhadap Kinerja Usaha
3. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari dimensi Pengambilan Resiko terhadap Kinerja Usaha
 $H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dari dimensi Pengambilan Resiko terhadap Kinerja Usaha

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI PENGARUH ANTAR VARIABEL

NO	INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Moch Ali (2013:184)